

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penulisan yang dilakukan dengan menganalisa informasi dan data-data dari perusahaan AUTO2000 Cabang Ahmad Yani Surabaya, penulis dapat mengambil kesimpulan:

1. Dalam menjalin hubungan dengan konsumen fortuner pada saat pasca pembelian sales melakukan beberapa cara yang sesuai dengan prosedur perusahaan. Tugas sales paling dominan dalam melakukan pelayanan tersebut, karena sebagai pihak utama dalam berkomunikasi dengan pelanggan mulai dari awal prapembelian hingga pasca pembelian.
2. CRM (Customer Relationship Management) sebagai sistem yang dilakukan pelanggan untuk memaintenance database konsumen sehingga memudahkan sales untuk menjalin hubungan dengan pelanggan.
3. Kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan sales akan berdampak pada perkembangan penjualan perusahaan. Terciptanya kepuasan dan loyalitas para pelanggan, tentunya menjadi salah satu aset penting bagi perusahaan .
4. Langkah-langkah yang dilakukan sales dalam membina hubungan dengan pelanggan fortuner pasca pembelian seperti mengadakan costumer gathering dan memfollow konsumen, agar tetap terjalin hubungan baik dengan pelanggan.
5. Ada beberapa bentuk costumer gathering seperti gathering yang tidak terfokus pada penjualan, gathering untuk komunitas, dan gathering yang fokus pada penjualan. Ketiganya memiliki tujuan yang sama sebagai bentuk menjalin keakraban dengan konsumen.
6. Cara lain untuk menjalin hubungan dengan konsumen selain dengan gathering adalah dengan cara follow up konsumen pasca pembelian mobil fortuner. Cara ini sebagai cara yang sederhana dan tidak memerlukan banyak biaya untuk melakukannya, untuk gathering justru sebaliknya.

4.2 Saran

Dengan adanya saran dari penulis diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan pasca pembelian yang diberikan oleh sales AUTO2000 Cabang Ahmad Yani Surabaya terhadap pelanggan fortunier. Saran yang diberikan oleh penulis, sebagai berikut:

1. Sebaiknya melakukan survei berkala kepada setiap pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan oleh para sales. Tujuannya untuk mengetahui dan memperbaiki pelayanan agar menjadi lebih baik.
2. Perlunya pengawasan kepada para sales, agar masing-masing sales rutin melakukan follow up pelanggannya.
3. Lebih ditingkatkan kembali pelayanannya agar proses membina hubungan dapat terjalin dan meminimalisir kesalahan yang terjadi selama pelaksanaan kegiatan yang dilakukan antara sales dan konsumen.
4. Memperluas media komunikasi antara pelanggan dan perusahaan, melalui website khusus yang disediakan AUTO2000 Cabang Ahmad Yani Surabaya, melalui media sosial seperti Line account dan media sosial lainnya.